

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2008-2009

Lutfi Kurniasari

Ira Septriana

ABSTRACT

Pengungkapan dalam laporan tahunan merupakan sumber informasi untuk pengambilan keputusan investasi. Keputusan investasi bergantung dari mutu dan luas disclosure yang disajikan dalam laporan tahunan. Pengungkapan yang disampaikan perusahaan dibagi menjadi dua yaitu : Pengungkapan Wajib (Mandatory Disclosure) dan Pengungkapan Sukarela (Valuntary Disclosure). Kebijakan terhadap luas pengungkapan sukarela antara perusahaan yang satu dengan yang lain berbeda, perbedaan ini dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing perusahaan. Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar size perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan leverage mempengaruhi informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2009, dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh 50 data pengamatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (multiple regression analysis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa size perusahaan dan profile perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan leverage tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (untuk pengujian secara parsial). Sedangkan secara simultan dapat disimpulkan bahwa size perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kata Kunci : *size perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage, pengungkapan tanggung jawab sosial.*

I. PENDAHULUAN

Isu yang menjadi perhatian masyarakat saat ini yaitu peran suatu perusahaan terhadap lingkungannya, baik lingkungan intern maupun lingkungan ekstern. Perusahaan mempunyai peran selain memberi manfaat positif terhadap ekonomi juga berkontribusi terhadap menurunnya kondisi sosial masyarakat. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, dimana perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun seiring dengan perjalanan waktu, masyarakat semakin menyadari adanya masalah sosial yang

ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal. Beberapa perusahaan mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial seperti polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan, keselamatan kerja, dan lain-lain.

Aksi demo tenaga kerja maupun protes dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) mengenai kerusakan lingkungan hidup sebagai dampak dari aktivitas bisnis perusahaan sering terjadi. Kasus mogok kerja karyawan PT. Freeport menuntut kenaikan gaji dan perlakuan yang sama antara tenaga kerja dalam negeri khususnya warga Papua dan luar negeri serta kerusakan lingkungan memerlukan perhatian khusus. Berbagai kejadian tersebut membuktikan bahwa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan masih sangat rendah.

Regulasi pemerintah yang mengatur secara tegas dan menindak perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial belum ada, sehingga Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan organisasi-organisasi sosial lainnya bertindak untuk mengawasi akan kesadaran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan. Orientasi perusahaan untuk memperoleh laba, seharusnya diimbangi pula dengan tindakan sosial yang dilakukan perusahaan baik terhadap masyarakat maupun lingkungan.

Dari uraian diatas, maka isu yang menjadi perhatian di Indonesia adalah mengenai informasi tambahan (laporan pertanggung jawaban sosial) dalam laporan keuangan. Tambahan informasi tersebut berupa penerjemahan objek non keuangan kedalam laporan keuangan. Laporan pertanggung jawaban sosial perusahaan terkait dengan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan yang cukup besar. Apabila dampak tersebut tidak diperhatikan dengan baik, maka dampak yang bersifat negatif akan terakumulasi dan semakin memburuk serta sulit untuk dikendalikan.

Penilaian akan kinerja perusahaan oleh para pengguna laporan keuangan seperti kreditur dan *stakeholders* meliputi pengungkapan akan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan media utama penyampaian informasi oleh manajemen kepada pihak-pihak di luar perusahaan (Bambang Suripto, 1999). Sedangkan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan yang bersifat sukarela sehingga banyak perusahaan yang memilih tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial karena memerlukan biaya yang sangat tinggi.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2009 (revisi 1998) paragraf 9 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Dari pernyataan PSAK diatas, menunjukkan manifestasi kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang memerlukan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Dengan adanya PSAK No.1 tersebut diharapkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan bertambah.

Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial juga diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang menjelaskan :

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan laporan yang bernilai tambah. Pengungkapan tanggung jawab sosial meliputi lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan dalam masyarakat, dan umum (Eddy Rismanda Sembiring, 2006). Perusahaan yang melakukan kegiatan sosial sebagai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar cenderung akan mengungkapkan dalam laporan keuangannya. Perusahaan melakukan pengungkapan dengan tujuan untuk membangun citra perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan pada tahun berjalan menjadi lebih rendah sedangkan visibilitas politis yang tinggi akan memunculkan kecenderungan untuk mengungkapkan informasi sosial. Jadi pengungkapan tanggung jawab sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (Belkaoui dan Kaprik, 1989 dalam Anggraini, 2006).

Menurut Gray et. al. (1988) dalam Anggraini (2006) manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara sektor satu dengan sektor lainnya berbeda-beda. Hal ini dikarenakan kandungan resiko dari masing-masing sektor memiliki karakteristik yang berbeda sesuai dengan kegiatan yang dilakukan perusahaan (Nor Hadi dan Arifin Sabeni, 2002), misal : perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur dengan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Pada perusahaan manufaktur, keterkaitan terhadap lingkungan jauh lebih besar dibandingkan dengan perusahaan jasa perbankan, karena pada perusahaan manufaktur resiko seperti limbah industri, polusi, kerusakan lingkungan sekitar lebih tinggi dibanding perusahaan jasa perbankan sebagai akibat operasional perusahaan. Jadi pembobotan untuk masing-masing bidang dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disesuaikan dengan karakteristik perusahaan.

Karakteristik perusahaan yang beranekaragam berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian Florence Devina (2004) yang menunjukkan bahwa *size* perusahaan dan tipe industri secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas yang

diukur dengan menggunakan *earning per-share* dan basis perusahaan tidak signifikan mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan juga menunjukkan bahwa *size* perusahaan dan basis perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan sukarela, dimana semakin besar *size* perusahaan akan memberikan pengungkapan secara sukarela dalam laporan tahunan secara luas. Bambang Suropto (1999) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *size* perusahaan secara signifikan mempengaruhi luas pengungkapan sukarela, sedangkan basis perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan sukarela.

Pada tahun 2006, Eddy Rismanda Sembiring telah melakukan penelitian mengenai Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda, ditemukan bukti empiris bahwa *size* perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian tersebut juga menemukan bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, tetapi berhubungan dengan laba periode lalu (*lagged profit*).

Yeni Kuntari (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Indeks LQ 45. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara signifikan profitabilitas yang diukur dengan ROA (*Return On Asset*) dan basis perusahaan secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan ukuran perusahaan, tipe perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mencoba melakukan penelitian ulang dengan mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Eddy Rismanda Sembiring (2006). Alasan untuk mengembangkan penelitian ini karena peneliti sebelumnya merasa penelitiannya masih memiliki keterbatasan, sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut. Keterbatasan penelitian antara lain, periode penelitian yang digunakan hanya satu periode dan menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang belum diungkapkan.

Perbedaan penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sampel, periode penelitian dan variabel. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan *go public* yang tercatat di BEJ tahun 2002 dan variabel yang digunakan yaitu *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Sedangkan penelitian kali ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI selama tahun 2008-2009. Tujuan memilih perusahaan manufaktur sebagai sampel karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan terbesar di BEI dan keterkaitan terhadap lingkungan dari kegiatan operasi perusahaan jauh lebih besar dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga kemungkinan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih besar. Selain itu, penelitian kali ini juga akan menambahkan satu variabel independen yaitu basis perusahaan. Penambahan variabel ini dimaksudkan untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Basis perusahaan tersebut dimaksudkan sebagai tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi dua, yaitu berbasis asing dan domestik. Adapun variabel-variabel

yang diuji dalam penelitian kali ini yaitu *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage*.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah *size*, profitabilitas, *profile*, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan? Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *size* profitabilitas, *profile*, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Luas Pengungkapan

Pengungkapan (*disclosure*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha (Chariri dan Ghazali, 2001).

Kualitas informasi keuangan ditunjukkan dengan seberapa luas tingkat pengungkapan informasi (laporan keuangan). Inhof dalam Noor Hadi dan Arifin Sabeni (2002) menunjukkan kualitas informasi akuntansi sangat berkaitan dengan tingkat kelengkapan pengungkapan. Dalam surat keputusan Bapepam No. Kep-38/PM/1996, terdapat dua konsep mengenai pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, yaitu :

1. *Mandatory disclosure* : pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah.
2. *Valuntary disclosure* : pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan pemerintah, sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan.

2.1.2 Pelaporan Kinerja Sosial

Menurut Martin Freedman dalam Henny dan Murtanto (2001), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)
2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Dilley dan Weygandt dalam Henny dan Murtanto (2001) menyatakan pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya dibagi menjadi empat kelompok, yaitu :

- a. *Inventory Approach*
 - b. *Cost Approach*
 - c. *Program Management Approach*
 - d. *Cost Benefit Approach*
3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996 dalam Eddy Rismanda Sembiring, 2006).

Anggraini (2006) menyatakan pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Ada tiga konsep yang digunakan dalam pengungkapan laporan keuangan, antara lain :

- a. *Adequate Disclosure* (Pengungkapan yang Memadai)
- b. *Fair Disclosure* (Pengungkapan yang Wajar)
- c. *Full Disclosure* (Pengungkapan yang Lengkap)

Menurut Gray et. al., (1995b) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Kedua, dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan ini menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial sekaligus sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Banyak teori yang menjelaskan bahwa perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray et. al., (1995b) menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

1. *Decision Usefulness Studies*
2. *Economic Theory Studies*
3. *Social and Political Theory Studies*

Teori legitimasi yang dinyatakan Lindblom (1994) dalam Henny dan Murtanto (2001) adalah sebagai berikut :

“Suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dimaksudkan dengan tujuan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan terlegitimasi di mata masyarakat.

Mengenai ekonomi politik, Jackson (1982) dalam Henny dan Murtanto (2001) menjelaskan sebagai berikut :

“Political economy is the study of the interplay of power wielders, and the productive exchange system (Zald, 1970). As a frame work, political economy does not concentrate exclusively on market exchanges. Rather it first of all

analysis exchange in what ever institutional framework they occur and second, analysis the relationship between social institutions such as government, law and property rights, each fortified by power and the economy i.e the system of producing and exchanging goods and services”.

Pada teori ekonomi politik pada intinya menjelaskan bahwa masalah ekonomi yang tidak bisa dipelajari tanpa memasukkan kerangka politik, sosial dan institusi dimana perusahaan berada. Jadi menurut teori ini pengungkapan sosial dilakukan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Menurut Henderson dan Person (1998) dikutip dari penelitian Henny dan Murtanto (2001) ada beberapa alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara tidak sukarela, antara lain :

1. *Internal Decision Making*
2. *Product Differentration*
3. *Enlightened Self Interest*

Menurut Harahap (2002) dalam Yeni Kuntari (2007) mengemukakan beberapa alasan para pendukung dan para penentang terhadap konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh pendukung tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu :

- a. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan.
- b. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, dan akan menimbulkan simpati langganan, karyawan, investor dan lain-lain.
- d. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati dari masyarakat.
- e. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- f. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang tidak mungkin dihindari.
- g. Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan lain-lain.

Alasan-alasan yang dikemukakan oleh para penentang tanggung jawab sosial perusahaan antara lain :

- a. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba.
- b. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
- c. Menimbulkan lingkungan bisnis yang monolik bukan yang bersifat pruralistik.
- d. Keterlibatan sosial memerlukan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, sehingga menimbulkan kebangkrutan atau menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- e. Keterlibatan para kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

2.1.4 Teori Agensi Terkait dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Teori agensi ialah hubungan antara prinsipal dengan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu atau lebih (*principal*) yang menghendaki orang lain (manajer) untuk melaksanakan jasa dengan cara mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen (Jensen dan Mackling, 1976 dalam Anggraini, 2006). Terkait antara teori keagenan dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah teori agensi menjelaskan adanya konflik kepentingan antara manajer (agen) dan prinsipal (pemilik) dimana pemilik ingin mengetahui semua informasi di perusahaan termasuk aktivitas manajemen dan segala sesuatu yang terkait investasi atau dananya dalam perusahaan.

Paradigma akuntansi konvensional beranggapan bahwa pihak yang diutamakan dalam pengungkapan laporan keuangan adalah *stockholder*. Dengan perkembangan akhir-akhir ini banyak pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan yaitu *stakeholders* (konsumen, masyarakat, pemasok, analis keuangan, karyawan dan pemerintah). *Stakeholders* menyadari adanya hal yang dapat menambah nilai suatu perusahaan, salah satu caranya dengan melakukan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR dapat menguntungkan agen (manajer) dan *stakeholders*. Dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholders*.

2.1.5 Size Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size* perusahaan) merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini jika dikaitkan dengan teori agensi, mengindikasikan bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Biaya keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976) timbul karena adanya konflik atau perbedaan kepentingan antara manajemen (agen) dan *shareholder* (prinsipal), biaya keagenan dirancang dan diberikan kepada manajemen yang berupa insentif, bonus dari *net income*. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Eddy Rismanda Sembiring, 2006).

Ukuran perusahaan dilihat dari klasifikasi perusahaan berdasarkan pada jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan. Kaitannya antara jumlah tenaga kerja dengan *social disclosure* adalah tenaga kerja yang banyak mempunyai power untuk merubah strategi perusahaan, makin banyak jumlah tenaga kerja makin berpengaruh terhadap pelaksanaan CSR, karena tenaga kerja mempunyai hak untuk diberi informasi mengenai dampak dari aktivitas perusahaan. Untuk mengetahui ukuran perusahaan dapat juga digunakan alat ukur yaitu total aktiva, volume penjualan dan jumlah tenaga kerja (Rita Yuliana, 2007).

Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk banyak, struktur kepemilikan yang lengkap sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan

tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial (Bambang Suripto, 1999). Yuniati Gunawan (2000) menyatakan bahwa lebih banyak pemegang saham juga memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan para pemegang saham tersebut dan para analis pasar modal.

2.1.6 Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan ialah ROA (*Return On Asset*), karena ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan (Robbert Ang, 1997).

Rita Yuliana (2008) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen suatu organisasi. Rasio-rasio profitabilitas menunjukkan seberapa efektif pengelolaan keseluruhan perusahaan. Selain itu, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan syarat terdapat faktor lain dalam hubungan tersebut, yaitu cara pandang pengusaha terhadap tanggung jawab sosial.

Menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Florence Devina (2004), hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen et. al., 1987 dalam Florence Devina, 2004).

Heinze (1976) dalam Florence Devina (2004) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas.

2.1.7 Profile Perusahaan

Profile perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Robert (1999) dalam Florence Devina (2004) mendefinisikan *high profile* sebagai industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politik yang tinggi atau kompetisi yang tinggi. Dalam penelitiannya, Robert (1999) memasukkan industri automobil, penerbangan dan minyak sebagai *high profile*. Cowen et. al. (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan.

Perusahaan yang kegiatan ekonominya mempengaruhi lingkungan, seperti industri *extractive* akan lebih suka mengungkapkan informasi tentang pengaruh terhadap lingkungan dibandingkan dengan perusahaan di industri lain (Cowen et. al., 1987). Perusahaan *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat

manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya (Rita Yuliana, 2008).

Di Indonesia, Henny dan Murtanto (2001) memasukkan perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile*. Sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*.

2.1.8 Basis Perusahaan

Basis perusahaan dimaksudkan sebagai tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi dua, yaitu berbasis asing dan domestik. Perusahaan yang proporsi kepemilikan saham sebagian besar dimiliki asing dikategorikan berbasis asing, sementara yang sebagian besar dimiliki domestik dikategorikan berbasis domestik (Nor Hadi dan Arifin Sabeni, 2002).

Menurut Florence Devina (2004) afiliasi perusahaan dengan perusahaan asing (multinasional) akan memiliki kualitas ungkapan yang lebih tinggi dari pada yang tidak berafiliasi dengan perusahaan asing. Alasan yang mendasari bahwa perusahaan yang berbasis asing dapat mempengaruhi pengungkapan adalah karena kepemilikan saham yang dimiliki perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi, mempunyai sistem informasi yang lebih efisien dan permintaan yang lebih besar dari pelanggan, pemasok dan masyarakat umum maka pengungkapan akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan.

2.1.9 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983 dalam Eddy Rismanda Sembiring, 2006). Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan secara lebih objektif dibandingkan perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan.

Menurut Siti Zaleha (2005) dikutip dari Yeni Kuntari (2007), menyatakan bahwa dewan komisaris meliputi *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu serta menjadikannya sebagai suatu alat yang efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dewan komisaris adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) serta bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan.

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) menyatakan bahwa semakin mudah untuk mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

2.1.10 *Leverage*

Leverage menunjuk hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sumber dana perusahaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu sumber dana intern dan sumber dana ekstern. Sumber dana intern berasal dari laba yang ditahan, pemilik perusahaan yang tercermin pada lembar saham atau prosentasi kepemilikan yang tertuang dalam neraca. Sementara sumber dana ekstern merupakan sumber dana perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya hutang. *Leverage* juga dapat diartikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap (Riyanto, 2001).

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko rugi yang lebih kecil jika kondisi ekonomi sedang menurun, tetapi juga memiliki hasil pengembalian yang lebih rendah jika kondisi ekonomi membaik. Sebaliknya perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengemban risiko rugi yang besar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memperoleh laba yang tinggi. Prospek hasil pengembalian yang tinggi memang diinginkan, tetapi para investor umumnya menolak untuk menerima risiko. Keputusan untuk menggunakan *leverage* oleh karenanya harus menyeimbangkan hasil pengembalian yang lebih tinggi terhadap peningkatan risiko (Copeland, 1994).

Leverage merupakan perbandingan antara total hutang terhadap total aktiva. Rasio *leverage* menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang diperoleh atau didanai dengan hutang. Seorang investor yang menginvestasikan dananya pada surat berharga tidak hanya melihat kecenderungan harga saham saja, tetapi performa perusahaan akan tetap sebagai dasar dan sekaligus titik awal penilaian, *leverage* yang tinggi menunjukkan resiko finansial atau resiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman akan semakin tinggi dan sebaliknya (Bambang Suripto, 1999).

Watt dan Zimmerman (1990) dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu, *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham.

Roberts (1992) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) membuat suatu analisa berdasar pada hipotesis derajat tinggi ketergantungan pada hutang akan mendorong suatu perusahaan untuk menyelesaikan aktivitas sosial dan positif tentang pengungkapan informasi dalam rangka mempertemukan harapan kreditur dalam kaitannya dengan peranan sosial. Ia memperoleh bukti untuk mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi *debt to equity ratio*, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi.

2.2 Hipotesis Penelitian

2.2.1 Hubungan Antara *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Size perusahaan yang dinyatakan dengan *market capitalized* merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar

cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program yang berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Eddy Rismanda Sembiring (2006), Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002), Florence Devina (2004) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *size* perusahaan signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara umum, menurut Gray et. al., (2001) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial. Berdasarkan asumsi teori agensi, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

2.2.2 Hubungan Antara Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan. Heinze (1976) dalam Florence Devina (2004) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas.

Penelitian yang dilakukan Yeni Kuntari (2007) mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan terkait dengan profitabilitas yaitu :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

2.2.3 Hubungan Antara *Profile* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab lebih banyak dari industri *low profile*. Perusahaan *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Sedangkan perusahaan *low profile* lebih ditolerir oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan dalam proses produksi ataupun hasil produksi.

Hackston dan Milne (1996) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006), Utomo (2000), Henny dan Murtanto menemukan bukti bahwa *profile* perusahaan

mempengaruhi praktek pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang mendukung juga dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang menunjukkan bukti bahwa *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan terkait dengan *profile* perusahaan yaitu :

H₃ : *Profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

2.2.4 Hubungan Antara Basis Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Afiliasi perusahaan dengan perusahaan asing (multinasional) akan memiliki kualitas ungkapan yang lebih tinggi dari pada yang tidak berafiliasi dengan perusahaan asing. Alasan yang mendasari bahwa basis perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan adalah karena kepemilikan saham yang dimiliki perusahaan asing yang mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi, mempunyai sistem informasi yang lebih efisien dan permintaan yang lebih besar dari pelanggan, pemasok dan masyarakat umum maka pengungkapan akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan (Florence Devina, 2004).

Penelitian yang mendukung adanya hubungan yang signifikan antara basis perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Susanto (1992) dalam Bambang Suropto (1999), Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002) dan Yeni Kuntari (2007). Konsisten dengan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini :

H₄ : Basis perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

2.2.5 Hubungan Antara Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dewan komisaris adalah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur Perseroan Terbatas (PT). Tugas dan kewenangannya yaitu melakukan pengawasan atas jalannya usaha perusahaan dan memberikan nasihat kepada direktur (Rita Yuliana, 2008). Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) menyatakan bahwa semakin mudah untuk mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara ukuran dewan komisaris dan pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Collier dan Gregory (1999), Beasley (2000), Arifin (2002) dan Eddy Rismanda Sembiring (2006). Peneliti-peneliti tersebut menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris merupakan pendukung utama dalam tanggung jawab sosial. Konsisten dengan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini :

H₅ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

2.2.6 Hubungan Antara *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan obligasi. Menurut Belkaoui dan Kaprik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

Roberts (1992) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) membuat suatu analisa berdasar pada hipotesis derajat tinggi ketergantungan pada hutang akan mendorong suatu perusahaan untuk menyelesaikan aktivitas sosial dan positif tentang pengungkapan informasi dalam rangka mempertemukan harapan kreditur dalam kaitannya dengan peranan sosial. Ia memperoleh bukti untuk mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi *debt to equity ratio*, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan terkait dengan *leverage* yaitu :

H₆ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Pemilihan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama dua tahun yaitu 2008 dan 2009. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan diperoleh dalam penelitian ini (Eddy Rismanda Sembiring, 2006).

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut tahun 2008 dan 2009.
2. Perusahaan manufaktur yang menyampaikan laporan tanggung jawab sosial secara berturut-turut tahun 2008 dan 2009.
3. Perusahaan manufaktur yang mempunyai nilai ROA positif untuk tahun 2008 dan 2009.

Tabel 3.1
Tabel Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah Sampel
	Data Perusahaan Manufaktur tahun 2009	153
1	Perusahaan manufaktur yang tidak listing 2 tahun berturut-turut pada tahun 2008-2009	(4)
2	Perusahaan manufaktur yang tidak menyampaikan laporan tanggung jawab sosial secara berturut-turut pada tahun 2008-2009.	(115)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak mempunyai nilai ROA positif untuk tahun 2008-2009.	(9)
	Jumlah Sampel Penelitian	25

3.2 Variabel yang Digunakan

Variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial.

b. Variabel Independen

Variabel independen menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif

Alat analisis yang digunakan adalah *mean* (rata-rata), standar deviasi, nilai minimal, dan nilai maksimal. Nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ln_TK	50	5.16	11.10	7.7221	1.48615
CSD	50	.141	.667	.40154	.132775
ROA	50	.005	.407	.09408	.092493
PROFILE	50	0	1	.88	.328
BASIS	50	0	1	.56	.501
KOM	50	3	10	4.50	1.854
LEV	50	.079	15.281	1.42276	2.179093
Valid N (listwise)	50				

Sumber : data sekunder yang diolah

Dari tabel 4.1 diatas dapat dijelaskan gambaran variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Nilai minimum dari variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah 0,141 yaitu dimiliki oleh PT. Cahaya Kalbar Tbk dan nilai maksimum adalah sebesar 0,667 dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa standar deviasi dalam variabel pengungkapan tanggung jawab sosial lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*), yaitu sebesar $0,132775 < 0,40154$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini variabel pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki data yang tidak variatif, yang berarti bahwa perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini melakukan pengungkapan relatif sama.
2. Nilai minimum tenaga kerja adalah sebesar 5,16 yaitu jumlah tenaga kerja yang paling sedikit dimiliki oleh PT. Mitra Investindo yang hanya memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 174 orang. Nilai maksimum adalah sebesar 11,10 yang berarti jumlah tenaga kerja paling banyak dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yaitu 66.400 orang. Nilai standar deviasi dalam variabel *size* perusahaan lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*), yaitu sebesar $1,48615 < 7,7221$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa

variabel *size* perusahaan yang diukur dengan jumlah tenaga kerja memiliki data yang tidak variatif. Penelitian ini menyatakan bahwa variabel *size* perusahaan bagus untuk memprediksi variabel terikatnya yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Nilai minimum profitabilitas perusahaan adalah sebesar 0,005 yang berarti tingkat profitabilitas perusahaan paling rendah dimiliki oleh PT. Kabelindo Murni Tbk dan nilai maksimum adalah 0,407 yang dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia. Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi variabel profitabilitas memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai *mean* yaitu sebesar $0,092493 < 0,09408$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel profitabilitas bagus untuk memprediksi variabel terikatnya yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel 4.2
Persentase *Profile* Prusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Low Profile	6	12.0	12.0	12.0
	High Profile	44	88.0	88.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa sampel dalam penelitian ini untuk industri *high profile* mempunyai persentase sebesar 88 % sedangkan industri *low profile* mempunyai persentase sebanyak 12 %. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini lebih banyak perusahaan dengan tipe industri *high profile* dari pada industri *low profile*.

Tabel 4.3
Persentase Basis Perusahaan
BASIS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Domestik	22	44.0	44.0	44.0
	Asing	28	56.0	56.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sampel dalam penelitian ini untuk perusahaan berbasis domestik mempunyai persentase sebesar 44 % sedangkan perusahaan berbasis asing mempunyai persentase sebanyak 56 %. Hal ini dapat diartikan bahwa sampel dalam penelitian ini lebih banyak perusahaan berbasis asing dari pada perusahaan berbasis domestik.

4. Berdasarkan tabel 4.3 nilai minimum ukuran dewan komisaris sebesar 3, sedangkan nilai maksimum sebesar 10 yaitu jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Nilai standar deviasi ukuran dewan komisaris lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai *mean* yaitu sebesar $1,854 < 4,50$. Sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini adalah homogen dan variabel ukuran dewan komisaris bagus untuk memprediksi variabel terikatnya.
5. Berdasarkan tabel 4.3 nilai minimum *leverage* adalah 0,079 yaitu tingkat leverage terendah dimiliki oleh PT. Kalbe Farma Tbk. Sedangkan nilai

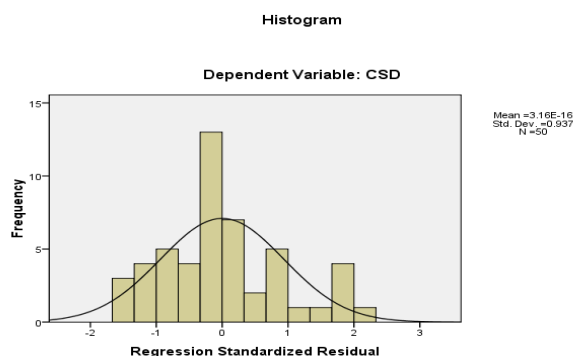
maksimum adalah 15,281 yang dimiliki oleh PT. Pioneerindo Gourment International Tbk. Untuk nilai standar deviasi adalah lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai *mean* yaitu sebesar $2,179093 > 1,42276$. Sehingga kesimpulannya adalah data dalam penelitian ini relatif tidak sama atau heterogen.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

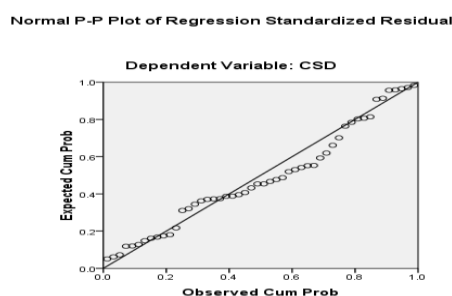
Uji normalitas bertujuan apakah dalam suatu model regresi (variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal / tidak). Model regresi yang baik adalah distribusi yang mempunyai data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satunya dengan menggunakan analisis grafik. Cara yang paling sederhana adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal (Imam Ghazali, 2009).

Gambar 4.1
Grafik Histogram



Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram, hal ini dapat memberikan hasil yang meragukan khususnya untuk sampel kecil. Metode yang lain adalah dengan melihat *normal probability plot of standardized residual*, dimana pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sebagaimana ditampilkan pada gambar 4.2 berikut.

Gambar 4.2
Grafik Normal Plot



Hasil pengujian pada grafik *normal probability plot of standarized residual* terlihat tidak menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Selain dengan *normal probability plot of standarized residual*, normalitas juga dapat di uji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan asumsi jika nilai signifikansi diatas 0,05 atau 5% maka data penelitian diasumsikan terdistribusi secara normal (Imam Ghazali, 2009). Pengujian terhadap normalitas data dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut

Tabel 4.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.10710006
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.123
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.873
Asymp. Sig. (2-tailed)		.432

a. Test distribution is Normal.

Sumber : data sekunder yang diolah

Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan bahwa nilai K-S adalah 0,873 dan signifikansi pada 0,432, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan sebagai pengujian berikutnya.

4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Menurut Imam Ghazali (2007), multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolenrance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$) dan menunjukkan adanya nilai kolinieritas tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinieritas yang dapat ditolerir. Pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.327	.111		2.953	.005		
Ln_TK	.032	.014	.362	2.236	.031	.579	1.727
ROA	.099	.218	.069	.454	.652	.654	1.529
PROFILE	-.155	.060	-.383	-2.607	.013	.699	1.430
BASIS	-.041	.038	-.157	-1.100	.278	.747	1.338
KOM	-.002	.012	-.033	-.203	.840	.569	1.758
LEV	-.009	.008	-.155	-1.167	.250	.863	1.159

a. Dependent Variable: CSD

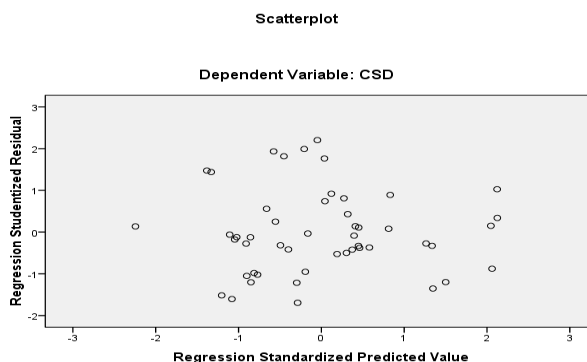
Sumber : data sekunder yang diolah

Pada tabel 4.5 nilai VIF pada Ln_TK (*Size Perusahaan*) sebesar 1,727, ROA (*Profitabilitas*) sebesar 1,529, nilai PROFILE (*Profile Perusahaan*) sebesar 1,430, nilai BASIS (*Basis Perusahaan*) sebesar 1,338, nilai KOM (*Ukuran Dewan Komisaris*) sebesar 1,758 dan nilai LEV (*Leverage*) sebesar 1,159. Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* pada gambar 4.3 berikut.

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot



Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berdasarkan gambar grafik dimana titik-titik yang ada

dalam grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas dan titik-titik tersebut diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Selain menggunakan grafik *scatterplot* dalam penelitian ini juga menggunakan uji glejser agar lebih meyakinkan bahwa tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Indikasi terjadi gejala heteroskedastisitas adalah jika variabel independen secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terdapat indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji glejser dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.151	.062		2.447	.019
	Ln_TK	-.005	.008	-.110	-.620	.539
	ROA	.010	.122	.014	.086	.932
	PROFILE	.032	.033	.157	.969	.338
	BASIS	-.012	.021	-.089	-.570	.572
	KOM	-.010	.007	-.264	-1.469	.149
	LEV	-.006	.004	-.208	-1.426	.161

a. Dependent Variable: Absut

Sumber : data sekunder yang diolah

Tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa dari 6 variabel independen tidak ada satu pun variabel bebas yang signifikan mempengaruhi variabel dependen nilai *absolute* (Absut) karena semuanya mempunyai nilai signifikansi diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

4.2.4 Uji Autokorelasi

Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian ini diuji dengan uji *Durbin-Watson* (DW test). Hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai *Durbin-Watson* dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.591 ^a	.349	.259	.114328	.349	3.848	6	43	.004	1.744

a. Predictors: (Constant), LEV, Ln_TK, PROFILE, BASIS, ROA, KOM

b. Dependent Variable: CSD

Sumber : data sekunder yang diolah

Hasil regresi dengan *level of significance* 0,05 ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah variabel independen ($k=6$) dan banyaknya data ($n=50$) didapat nilai *Durbin Watson* (D-W) sebesar 1,744. Nilai ini berada pada nilai D-W -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

4.3 Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik, sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik sehingga model persamaan regresi akan mampu mengestimasi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel independen bersama-sama dengan variabel pengendali terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus linear berganda dengan bantuan program komputer *Statistic Package for Sosial Science* (SPSS) versi 16.0 dapat diperoleh hasil pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.327	.111		2.953	.005		
Ln_TK	.032	.014	.362	2.236	.031	.579	1.727
ROA	.099	.218	.069	.454	.652	.654	1.529
PROFILE	-.155	.060	-.383	-2.607	.013	.699	1.430
BASIS	-.041	.038	-.157	-1.100	.278	.747	1.338
KOM	-.002	.012	-.033	-.203	.840	.569	1.758
LEV	-.009	.008	-.155	-1.167	.250	.863	1.159

a. Dependent Variable: CSD

Sumber : data sekunder yang diolah

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan koefisien *beta standardized* (*Standardized Coefficients*). Hal ini disebabkan karena masing-masing variabel bebas memiliki satuan yang berbeda dan berfungsi untuk menjelaskan besarnya koefisien regresi masing-masing variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat, dengan rumus :

$$\text{CSD} = 0,327 + 0,032 \text{ Ln_TK} + 0,099 \text{ ROA} - 0,155 \text{ PROFILE} - 0,041 \text{ BASIS} - 0,002 \text{ KOM} - 0,009 \text{ LEV}$$

4.4 PENGUJIAN HIPOTESIS

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda (*multiple regression*). Metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam suatu model prediktif tunggal. Adapun untuk menguji signifikan tidaknya hipotesis tersebut dengan :

4.4.1 Uji Simultan (Uji F Statistik)

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung > F tabel, dimana $3,848 > 2,34$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau dapat dikatakan bahwa *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tabel 4.9
Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.302	6	.050	3.848	.004 ^a
	Residual	.562	43	.013		
	Total	.864	49			

a. Predictors: (Constant), LEV, Ln_TK, PROFILE, BASIS, ROA, KOM

b. Dependent Variable: CSD

Sumber : data sekunder yang diolah

4.4.2 Uji Parsial (Uji t Statistik)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2009).

Tabel 4.10
Uji t Statistik

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.327	.111		2.953	.005		
	Ln_TK	.032	.014	.362	2.236	.031	.579	1.727
	ROA	.099	.218	.069	.454	.652	.654	1.529
	PROFILE	-.155	.060	-.383	-2.607	.013	.699	1.430
	BASIS	-.041	.038	-.157	-1.100	.278	.747	1.338
	KOM	-.002	.012	-.033	-.203	.840	.569	1.758
	LEV	-.009	.008	-.155	-1.167	.250	.863	1.159

a. Dependent Variable: CSD

Sumber : data sekunder yang diolah

4.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591 ^a	.349	.259	.114328	1.744

a. Predictors: (Constant), LEV, Ln_TK, PROFILE, BASIS, ROA, KOM

b. Dependent Variable: CSD

Sumber : data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat nilai R^2 atau nilai koefisien determinasi (*adjusted R^2*) sebesar 0,259 atau 25,9 % sehingga dapat dikatakan bahwa keenam variabel independen yaitu *size* perusahaan, *profitabilitas*, *profile* perusahaan, *basis*

perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* hanya mempunyai pengaruh sebesar 25,9 % dalam menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sisanya sebesar 74,1 % dipengaruhi variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini dapat diketahui dari nilai F-hitung yang memiliki nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dari hasil pengujian diatas, selanjutnya akan dibahas secara rinci dibawah ini.

1. *Size* Perusahaan

Size Perusahaan yang diproksi dengan jumlah tenaga kerja dengan tingkat signifikan 0,031 menunjukkan bahwa *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif 0,032. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama diterima. Berkaitan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan cenderung melakukan pengungkapan yang lebih luas. Yang artinya bahwa dengan jumlah tenaga kerja (agen) yang banyak, seorang pemimpin perusahaan (prinsipal) pasti akan mengeluarkan biaya yang banyak untuk membayar para agennya, maka untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk agen, perusahaan mengambil tindakan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Perusahaan yang mempunyai jumlah tenaga kerja yang besar akan mampu memberikan tekanan pada pihak atasan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas, karena pengungkapan tanggung jawab sosial ini yang akan dijadikan sebagai sumber informasi internal perusahaan.

Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik, oleh karena itu dengan mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan suatu upaya perusahaan untuk mewujudkan kredibilitas dan akuntabilitas publik. Selain itu perusahaan besar yang lebih banyak melakukan aktivitas operasi terutama bersinggungan dengan banyak pihak dan menjadi sorotan masyarakat luas dianggap mampu untuk membiayai penyediaan informasi yang digunakan untuk keperluan internal perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat cenderung semakin luas. Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggarini (2006) dan Yeni Kuntari (2007) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Profitabilitas

Pada hipotesis kedua, variabel profitabilitas yang diproksi dengan *Return On Assets* (ROA), yang mempunyai nilai signifikan 0,652 menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif 0,099 artinya bahwa hipotesis kedua ditolak. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya *profit* yang diterima perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena perusahaan lebih cenderung memaksimalkan laba untuk perusahaannya tanpa memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Dikaitkan dengan teori agensi adalah perolehan

laba yang besar akan membuat perusahaan melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan argumen bahwa pada saat perusahaan memperoleh laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori legitimasi yang diungkap oleh Donovan dan Gibson (2000) dan Yeni Kuntari (2007), tetapi penelitian ini sejalan dengan Kokubu et, al., (2001) dan mendukung hasil penelitian sebelumnya Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran perusahaan bukan pada profitabilitas.

3. Profile Perusahaan

Pada hipotesis ketiga, variabel *profile* perusahaan yang mempunyai nilai signifikan 0,013 menunjukkan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah negatif 0,155 artinya bahwa hipotesis ketiga diterima. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial.

Dalam penelitian ini *profile* perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif, ini berarti bahwa terdapat perusahaan *low profile* yang lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dari pada perusahaan *high profile* dan perusahaan *high profile* dimungkinkan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial karena lebih berorientasi pada laba perusahaan. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang termasuk perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,400 pada tahun 2008 dan 0,410 tahun 2009, sedangkan PT. Unilever Indonesia Tbk yang termasuk perusahaan *low profile* melakukan pengungkapan sebesar 0,577 pada tahun 2008 dan 0,667 tahun 2009.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori legitimasi bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan sosial karena aktivitas industri *high profile* lebih banyak berhubungan dengan lingkungan, masyarakat dan dibatasi oleh hukum. Dengan memberikan lebih banyak pengungkapan sosial maka aktivitas perusahaan akan terlegitimasi oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang menyatakan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian Yeni Kuntari (2007) yang menyatakan bahwa *profile* perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena tidak ada perbedaan antara *high profile* dan *low profile* dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Basis Perusahaan

Pada hipotesis keempat, variabel basis perusahaan yang mempunyai nilai signifikan 0,278 menunjukkan bahwa basis perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah negatif 0,041 artinya bahwa hipotesis keempat ditolak. Hal ini berarti bahwa perusahaan berbasis asing (kepemilikan saham asing) maupun domestik (kepemilikan saham domestik) tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002) yang menyatakan bahwa perusahaan asing yang cenderung memiliki teknologi cukup akan lebih banyak melakukan *disclosure* secara luas karena memiliki sistem informasi manajemen yang lebih efisien, akibatnya lebih mudah memberi akses dalam sistem pengendalian intern dan kebutuhan informasi. Penelitian ini mendukung penelitian Florence Devina (2004) yang menyatakan bahwa basis perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan sedikitnya perusahaan asing yang ada di Indonesia dan perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kemauan untuk melakukan aktivitas sosial dan keterbukaan informasi yang lebih rendah dibanding perusahaan domestik.

5. Ukuran Dewan Komisaris

Pada hipotesis kelima, variabel ukuran dewan komisaris dengan tingkat signifikan 0,840 menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah negatif 0,002 artinya bahwa hipotesis kelima ditolak. Hal ini berarti bahwa banyak sedikitnya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diduga jumlah anggota dewan komisaris tidak banyak berperan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau monitoring yang dilakukan juga kurang efektif.

Dalam penelitian ini PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang mempunyai 10 dewan komisaris ternyata hanya mengungkapkan tanggung jawab sosial sebesar 0,400 sedangkan PT. Sorini Agro Asia Corporindo Tbk yang mempunyai 3 dewan komisaris ternyata mengungkapkan tanggung jawab sosial sebesar 0,603. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan juga semakin efektif. Tetapi penelitian ini mendukung penelitian Rita Yuliana (2007) yang menyatakan bahwa fungsi dewan komisaris kurang efektif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

6. *Leverage*

Pada hipotesis keenam, variabel *leverage* dengan tingkat signifikan 0,250 menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah negatif 0,009 artinya bahwa hipotesis keenam ditolak. Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi. Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung penelitian Suda dan Kokubu (1994) dan Kokubu et. al., (2001) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dilihat dari karakteristik data,

hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang. Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian Belkaoui dan Kaprik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2006) yang menemukan hubungan negatif signifikan antara *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

V. KESIMPULAN

Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan yang dalam penelitian ini terdiri dari *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, basis perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa *size* perusahaan yang diproksi dengan jumlah tenaga kerja mempunyai pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *profile* perusahaan yang dikelompokkan menjadi industri *high profile* dan *low profile* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan arah negatif.

Variabel profitabilitas (ROA), basis perusahaan (kepemilikan saham asing dan domestik), ukuran dewan komisaris (jumlah dewan komisaris) dan *leverage* (DER) dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Reni Retno. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar BEJ)*. Simposium Nasional Akuntansi IX Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Ang, Robbert. 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft Indonesia.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2003. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Badan Penerbit UNDIP.
- Copeland, Thomas & J. Fred Weston. 1994. *Manajemen Keuangan*. PT. Erlangga : Jakarta.
- Devina, Florence, dkk. 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Maksi, Vol. 4 Agustus 2004 hal. 161-177.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Gunawan, Yuniati. 2000. *Analisi Pengungkapan Informasi Laporan Tahunan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi III.
- Hadi, Nor dan Arifin Sabeni. 2002. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Maksi, Vol. 1 Agustus 2002 hal. 90-105.

- Henny dan Murtanto. 2001. *Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan*. Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi, Vol. 1 No. 2 Agustus 2001 hal. 21-48.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat : Jakarta.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE : Yogyakarta.
- Kuntari, Yeni dan Ary Sulistyani. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ45) Tahun 2005*. ASET, Vol. 9 No. 2 Agustus 2007 hal.494-515.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE : Yogyakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2006. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Maksi, Vol. 6 No. 1 Januari 2006 hal. 69-85.
- Suripto, Bambang. 1999. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi II, September 1999.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT. Elek Media Kumputindo : Jakarta.
- Yuliana, Rita, dkk. 2008. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 5 No. 2 Desember 2008 hal. 245-276.